

ABSTRAK

Industri ritel modern di Indonesia berkembang dengan sangat pesat sehingga banyak berbagai jenis ritel tersebar di seluruh wilayah. Hal ini membuat perekonomian di Indonesia semakin meningkat. Dengan perkembangan tersebut banyak pelaku bisnis di bidang ritel berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi dan layanan baru untuk menarik perhatian konsumen.

Saat ini industri ritel modern di Indonesia semakin meningkat, hal ini dibuktikan dengan berbagai jenis dan nama ritel yang terus melakukan invansi ke beberapa daerah bahkan sampai ke negara tetangga dengan terus menambah gerai toko ritel. Dengan fenomena yang terjadi saat ini peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang membentuk preferensi konsumen dalam berbelanja di toko ritel modern.

Penelitian ini didasarkan dari data primer yang didapatkan dengan metode survey kepada 400 konsumen yang berbelanja di toko ritel modern di Indonesia. Dalam penelitian ini terdapat 5 atribut yang digunakan yaitu atribut lokasi toko, suasana toko, kualitas pelayanan, promosi dan harga.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi atribut yang membuat konsumen dapat berbelanja di toko ritel modern adalah lokasi toko yang dekat dari rumah, suasana toko yang tertata, kualitas pelayanan dengan pelayanan selama 24 jam, promosi dengan jangka waktu yang lama dan harga yang murah. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa atribut lokasi merupakan atribut yang paling penting dengan nilai kepentingan sebesar 33,010. Perusahaan yang bergerak dalam industri ritel modern perlu memperhatikan untuk bisa mengembangkan kualitasnya dengan cara menginvansi atau menambah gerai dan toko ritel di hampir seluruh wilayah di Indonesia.

Kata kunci: Analisis Konjoin, Preferensi, Ritel Modern.